

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya semua kegiatan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada Kober Mie Setan yang terletak di Malang Jl. Soekarno Hatta No.1-2, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang

B. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) metode survey yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi serta menggunakan kuesioner sebagai alat pokok dalam hal pengumpulan data. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari mengedarkan kuesioner.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode survei yang termasuk dalam metode kuantitatif, dimana metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang sistematis terhadap bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya, metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan guna untuk mengetahui informasi tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel dependen yaitu loyalitas, variabel independen berupa kualitas layanan dan variabel mediasi berupa kepercayaan. Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui definisi operasional variabel, dimensi, indikator dan pengukurannya pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Loyalitas (Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan Kober Mie Setan terhadap jasa yang ditawarkan berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Mardalis, 2005)	a. <i>Continue purchasing</i> pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian lebih dari 2 kali dalam sebulan • sering melakukan pembelian di kober mie setan dan mengurangi pembelian ditempat lain
		b. <i>Say positive things</i> mengatakan hal yang positif tentang produk/jasa yang telah dikonsumsi atau digunakan,	<ul style="list-style-type: none"> • Pernah menceritakan keunggulan kober mie setan kepada teman • Tidak ragu untuk mengatakn pelayanan kober mie setan sangat baik
		c. <i>Recommentd friends</i> merekomendasikan kepada orang lain dan mengajak untuk membelinya.	<ul style="list-style-type: none"> • Saya merekomendasikan kober mie setan Malang kepada orang yang belum pernah melakukan pembelian. • Lebih suka merekomendasikan kober mie setan malang daripada tempat lain

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan (Z)	Tingkat perasaan pelanggan Kober Mie Setan Malang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapannya. Kotler dan Keller (2006:136)	a. Tidak ada keluhan atau keluhan teratasi.	Saya tidak memiliki keluhan terhadap Kober Mie Setan Malang
		b. Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk.	Saya puas akan tempat yang disediakan Kober Mie Setan Malang
		c. Kesesuaian dengan ekspektasi/ harapan pelanggan.	Pelayanan yang saya terima dari Kober Mie Setan Malang sesuai dengan harapan
		d. Harapan pelanggan yang terlampaui	Fasilitas yang diberikan melampaui apa yang saya harapkan
Kualitas Layanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari Kober Mie Setan menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Kotler (2000:25)	a. <i>Tangibles</i> adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari sisi fisik bangunan, fasilitas perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.	<ul style="list-style-type: none"> • Penampilan karyawan Kober Mie Setan rapi • Fasilitas parkir Kober Mie Setan memadai
		b. <i>Reliability</i> adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, tidak ada kesalahan dan sebagainya.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan kober mie setan cepat • Cermat dalam memberikan pesanan

Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
	c. <i>Responsiveness</i> adalah tanggap memberi pelayanan yang responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dengan segera memecahkan masalah • Karyawan kober mie setan responsif dalam menerima pemesanan pelanggan
	d. <i>Assurance</i> adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan kober mie setan sopan dalam pemberian pelayanan • Karyawan kober mie setan terlatih dalam memberikan pelayanan
	e. <i>Emphaty</i> adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik.	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan kober mie setan selalu paham dengan apa yang dibutuhkan pelanggan • Komunikasi antara karyawan dan pelanggan terjalin dengan baik

D. Populasi dan Teknik Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005:90).

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Kober Mie Setan Malang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam pengertian bahwa orang yang dijadikan sampel adalah pelanggan yang pernah mengonsumsi Kober Mie Setan Malang.

Menurut Sugiyono (2005) dalam melakukan penelitian ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500. Untuk efisiensi tenaga dan waktu besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden yang dirasa cukup mewakili populasi tersebut. Pertimbangan dalam penentuan sampel pada penelitian ini sesuai dengan kriteria berikut ini:

- a. Pelanggan Kober Mie Setan Malang dengan rentang usia 18-25 tahun dengan status sebagai mahasiswa. Alasannya karena ulfa (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pelanggan Kober Mie Setan Malang lebih banyak dikonsumsi oleh mahasiswa, karena harga terjangkau dengan kualitas rasa dan fasilitas yang cukup memadai jika dibandingkan dengan pesaing yang sejenis.
- b. Responden telah melakukan pembelian Kober Mie Setan lebih dari 3 kali.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer.

Menurut Sugiyono (2014) sumber data primer adalah sumber data yang langsung

memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dikumpulkan dengan metode kuesioner. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, sumber data yang akan diperoleh yaitu mengenai pendapat-pendapat responden tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya adalah :

a. Kuesioner

Pengumpulan data dengan kuesioner merupakan alat utama dalam pengumpulan data yang berupa pertanyaan secara tertulis dan disebarkan secara langsung kepada responden yang akan diteliti. Responden diberi beberapa alternatif dalam menjawab pertanyaan – pertanyaan tersebut.

G. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2014) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Untuk menganalisis secara kualitatif, maka jawaban dibagi menjadi lima

kategori. Pada penelitian ini setiap jawaban atas variabel kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas menggunakan sistem nilai dengan dasar likert yang dapat diklasifikasikan seperti pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Skor/Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono (2014)

Responden dalam mengisi kuisisioner diharuskan memilih salah satu dari kelima pilihan alternatif jawaban yang tersedia. Bobot/skor akan dijumlahkan menjadi nilai total. Dimana nilai total yang besar menunjukkan pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yaitu citra merek.

H. Teknik Pengujian Instrument

Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Adapun cara pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total, artinya item angket dinyatakan valid.
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total yang artinya item angket dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur instrument dapat dikatakan reliable jika jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan daftar pernyataan yang merupakan dimensi suatu alat variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\tau_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

τ_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai alpha cronbach $\geq 0,6$ = reliabel
- b. Apabila nilai alpha cronbach $\leq 0,6$ = tidak reliabel

I. Teknik Analisis Data

1. Distribusi Index

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2014). Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik *skoring* dengan skor maksimal 5 dan minimal 1, rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Nilai indeks} = \frac{\{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)\}}{5}$$

Di mana:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

No.	% Index	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1.	0%-19,99%	Sangat buruk	Sangat buruk	Sangat buruk
2.	20%-39,99%	Buruk	Buruk	Buruk
3.	40%-59,99%	Cukup baik	Cukup baik	Cukup baik
4.	60%-79,99%	Baik	Baik	Baik
5.	80%-100%	Sangat baik	Sangat baik	Sangat baik

Tabel 3.3

Sumber: Data diolah, 2018

2. *Path Analysis*

Ghozali (2011:249) mengatakan bahwa analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Model yang digunakan dalam analisis jalur, yaitu :

$$Z = a + b_2X + e$$

$$Y = a + b_1X + b_3Z + e$$

Keterangan:

X = Kualitas pelayanan a1, a2 = Konstanta

Y = Loyalitas pelanggan b1, b2, b3 = Koefisien regresi

Z = Kepuasan pelanggan e1, e2 = Standard error

J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji T

Uji statistik T (parsial) pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel secara individual dalam menerangkan variabel terikat (Kuncoro, 2004). Pengujian T pada penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $T_{hitung} < 0,05$ (alpha) = maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $T_{hitung} > 0,05$ (alpha) = maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji Mediasi

Analisis regresi variabel mediasi dengan metode *Product of Coefficient* yang dikembangkan oleh sobel. Oleh karena itu uji ini sering disebut dengan uji sobel. Uji variabel mediasi dengan metode ini dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel (X) terhadap variabel terikat (Y) melalui variabel mediasi (Z) atau menguji signifikansi pengaruh tidak langsung (perkalian pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel mediator (a) dan pengaruh langsung variabel mediator terhadap variabel dependen menjadi (ab) dengan *standard error* yang akan menghasilkan nilai t statistik. Untuk menghitung standar *error* ab digunakan rumus sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

Dimana:

a = Koefisien regresi X-Z

b = Koefisien regresi Z-Y

S_a = Standrt error X-Z

S_b = Standr error Z-Y

Sedangkan nilai t koefisien ab adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Analisis regresi mediasi dengan metode *Product of Coefficient* dilakukan dengan menempuh langkah sebagai berikut :

- a. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) dan dapatkan nilai koefisien regresi (a) dan standar error koefisien regresi (S_a).
- b. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) dengan memasukkan variabel mediasi (Z) dalam persamaan, dan dapatkan nilai koefisien (b) standar eror koefisien regresi (S_b)
- c. Menghitung nilai standar eror ab dan diberi nama S_{ab} .
- d. Menghitung nilai t hitung ab dengan S_{ab} .

Jadi, jika t hitung $>$ t tabel, maka variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel mediasi dinyatakan memediasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung yaitu loyalitas pelanggan.

